

# 靠热门IP揽客?玩偶主题餐厅涌现长沙

## 消费者:部分餐厅实际与宣传不符 律师:“搭便车”“蹭名牌”属不正当竞争行为



扫码看视频

7月17日,长沙五一广场国金街的Moe's Soft·生乳舒芙蕾甜品店前,一群年轻女孩接过店员递来的“Labubu限定舒芙蕾”及“春日限定Hello Kitty舒芙蕾”,调整不同角度拍照。

近年来,热门IP常出现在餐饮店铺中。“Labubu咖啡店、Labubu主题甜品馆、Hello Kitty书屋”等店铺在社交媒体上引发关注,吸引了不少网友打卡消费。

■文/视频 三湘都市报全媒体记者 熊韵婧  
通讯员 喻洋洋 易心怡

### 主题餐厅遍地开花,顶流IP引流

随着Labubu热潮在全球蔓延,各地涌现出大量玩偶主题餐厅。7月17日,记者在社交平台上发现,长沙IFS的一家火锅店内有不少Labubu元素,不仅菜单上有IP造型的甜品,店内还有真人大小的玩偶,发帖引起不少本地网友关注。除了Labubu,长沙还有餐饮店铺利用其他热门IP引流。例如IFS楼下的京鹿日料店,网络宣传图片中桌面摆满了Hello Kitty玩偶和食物;号称首家Chiikawa主题餐厅的噜噜园店内全是Chiikawa玩偶;解放西路MoeMoe生乳舒芙蕾推出了Labubu、Hello Kitty限定主题甜品。

在社交平台搜索“长沙Labubu餐厅”,相关打卡笔记超过百篇,话题讨论度破10万。对此,不少网友留言“线下线上都没货,原来Labubu都在餐饮人手里”“周末排队要两小时,80%的人冲着Labubu来的”“吃饭才能和店内的玩偶合影吗”……也有粉丝提出疑问“这些是真的联名款吗?感觉侵权了”“泡泡玛特法务部又来活了”。

### 需提前预约,餐厅实际与宣传不符

记者采访了解到,部分网络上安利的热门IP主题餐厅存在虚假宣传的现象。有网友线下打卡发现,网络发帖只是引流噱头,现场与宣传存在差异。来自厦门的李女士就表示,Hello Kitty主题餐厅号称的“沉浸式主题餐厅”“全店Kitty元素”,实际上只有3张贴纸和2个发黄玩偶。



labubu 瑞幸  
正规联名  
话题量  
破千万。



部分店铺实际与宣传存在差异。

7月17日,记者来到IFS的银耳贵州酸汤火锅店,发现菜单上有少量Labubu元素的甜品和饮品,但店铺内并无宣传图上的人形玩偶,只在抽奖托盘上摆放了一个小小的Labubu挂件。工作人员表示,人偶一般只有16时30分至17时在店,想合照可以提前电话咨询。随后记者又来到京鹿日料店,店铺内并无Hello Kitty陈设,只是菜单上有三样相关寿司、甜品。店铺工作人员表示,网络上所传的主题陈设是生日布景,需要提前打电话预约。

采访中,有顾客吐槽部分联名店脱离了餐饮本质,靠布景引流但食物味道很一般。“拍照的人特别多,吃的东西很一般。”长沙的胡女士前往鸟熨炭火烧鸟就餐后表示,“店内因和Hello Kitty联名顾客非常多,17时后就要等位,东西还没吃完服务员就开始收盘。”岳阳的渝同学在京鹿用餐后也表示,自己很喜欢Hello Kitty,看到网上宣传的套餐立即来打卡,没想到寿司和宣传图上完全不一样,“作为餐饮行业,公仔也没有消毒,都是脏的”。

### 未获授权,“蹭名牌”属不正当竞争行为

靠热门IP引流的商家是否获得授权,记者就相关情况询问泡泡玛特官方客服,对方表示“具体合作事宜以官方发布的信息为准”。而搜索泡泡玛特官网发现,大多所谓的“主题餐厅”并未获得官方授权。

湖南省知识产权法律服务律师团成员、长沙市知识产权维权援助专家、湖南金州律师事务所高级合伙人张鹏律师对此表示,餐饮店铺将Labubu、Hello Kitty等热门IP形象和名称在门店装饰装潢、餐品以及甜品上使用,属于对构成美术作品的IP形象的复制及发行,涉嫌侵犯著作权;餐饮店铺未经许可,使用“主题餐厅”“主题限定”及其他标榜存在联名、支持等宣传元素的,对其提供的餐厅服务作虚假或者引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者,涉嫌虚假宣传和不正当竞争。

张鹏律师提醒市场经营主体在开展生产经营活动时,应当遵循诚实信用原则和公认的商业道德;不得实施“搭便车”“蹭名牌”等不正当竞争行为,尊重他人知识产权和劳动成果。



### 加码全球化战略布局 安克创新筹划赴港融资



扫码看视频

三湘都市报7月17日讯 7月16日晚,上市湘企安克创新发布关于公司筹划研究境外发行股份相关事项的提示性公告,称为进一步扩大公司全球化战略布局、提升在全球的影响力和品牌形象、促进公司业务长期稳健发展,正在对香港资本市场股权融资进行研究论证等工作。

安克创新表示,截至本公告披露日,公司是否实施前述事项,以及具体实施方案、